**مجازاً روزنامه نگار: ملاحظاتی درباره روزنامه نگاری سایبر**

**ضیایی پرور، حمید**

مایندی مک آدامز Mindy Mc Adams -استاد ژورنالیسم در دانشکده ارتباطات و روزنامه‏نگاری دانشگاه فلوریدای آمریکا- می‏گوید من شخصا از عبارت روزنامه‏نگاری‏ سایبر استفاده نمی‏کنم؛از دیدگاه من‏ روزنامه‏نگاری سایبر،همان آن‏لاین‏ ژورنالیسم است اما با این همه،معتقدم اگر صرفا محتوای رسانه‏هایی چون تلویزیون، روزنامه و...را روی محیط وب بیاوریم، نمی‏توانیم بگوییم حالا صاحب آن‏لاین‏ ژورنالیسم هستیم چرا که این حالت؛چیزی‏ جز همان ژورنالیسم روزنامه‏ای یا ژورنالیسم‏ تلویزیونی-که فقط روی وب قرار گرفته‏ -نیست؛بنابراین باید به یاد داشته باشیم که‏ آن‏لاین ژورنالیسم همیشه باید با ویژگی‏های‏ رسانه‏های آن‏لاین نوشته،گزارش و تولید شود.

روزنامه‏نگار آن‏لاین پیوسته به دنبال عکس‏ بیشتر،صدای بیشتر و شیوه‏های روایت‏ بصری‏تر رویدادهاست و همیشه به یک‏ مخاطب بسیار گرفتار و در عجله فکر می‏کند. روزنامه‏نگار آن‏لاین پیوسته به اصل مطلب‏ می‏اندیشد و از طولانی‏نویسی پرهیز می‏کند. در روزنامه‏نگاری سایبر همه ابزارها و وسایل و حتی مکان‏ها باید به نحوی از انحا قابل تغییر و جابه‏جایی باشند و بتوانند شکل‏های گوناگونی به خود بگیرند و این‏ یکی از ویژگی‏های سازمان‏های داینامیک‏ امروز است.بروز انقلاب ارتباطی باعث شده‏ تا گفتمان برجسته‏سازی از افراد و نهادها به مثابه منبع به سطح مخاطبان سوق داده‏ شود.به دیگر سخن،نقش کامپیوترها در شبکه‏های ارتباطی باعث شده است تا مردم قدرت ارتباطی را از رسانه‏ها یا همان‏ دروازه‏بانان پس بگیرند.رسانه‏های مکتوب‏ به شدت تحت تاثیر این رسانه‏های جدید قرار گرفته‏اند؛تیراژ روزنامه‏ها و مجلات در کشورهای غربی و از جمله آمریکا پایین‏ رفته است،درآمد روزنامه‏ها کاهش پیدا کرده است و اکثر مطبوعات مجبور شده‏اند روی اینترنت حضور یابند.صحبت از این‏ است که آیا رسانه‏های نوشتاری به صورت‏ فعلی خواهند ماند یا نه؟می‏توان پیش‏بینی‏ کرد که رسانه‏های مکتوب،باقی خواهند ماند اما شکل و محتوای آنها دگرگون‏ خواهد شد؛محتوای آنها کمتر و فشرده‏تر خواهد شد1.

اکنون وبلاگ‏ها به رسانه‏ای مؤثر در جامعه‏ سیاسی آمریکا تبدیل شده‏اند؛به‏طوری‏ که حتی کاندیداهای ریاست جمهوری‏ مجبورند به آنها توجه کنند.وبلاگ‏ها انجمن‏های تخصصی‏ای برای خود دارند و

مجازا روزنامه‏نگار ملاحظاتی درباره روزنامه‏نگاری سایبر

گاهی کنفرانس‏های بزرگی برگزار می‏کنند و در آن همه وبلاگ‏نویس‏ها با گرایش خاص‏ سیاسی شرکت می‏کنند و حتی کاندیداهای‏ انتخاباتی یا شخصیت‏های برجسته سیاسی‏ در این کنفرانس‏ها شرکت کرده و سخنرانی‏ می‏کنند چرا که رأی وبلاگ‏نویس‏ها می‏توانند مؤثر باشد.برخی وبلاگ‏های‏ مشهور از آن‏چنان نفوذی برخوردارند که‏ می‏توانند یک موضوع را برجسته کرده و توجه افکار عمومی را به خود جلب کنند. ویژگی دیگر وبلاگ‏های سیاسی در آمریکا شهرت بخشیدن و عمومی ساختن فیلم‏ها یا عکس‏های مستند منتشر شده روی‏ وب‏سایت‏های اشتراکی مثل یوتیوب یا فلیکر است.بر این اساس می‏توان گفت به‏طور کلی‏ روزنامه‏نگاری شهروندی-که در مقابل‏ رسانه‏های جریان اصلی قرار دارد-امروزه‏ نقش مهمی داشته و توجه سیاستمداران‏ و رسانه‏ها و محافل مختلف را به خود جلب‏ کرده است.درباره نقش وبلاگ‏ها در جامعه‏ ایران نیز باید گفت وبلاگ‏های فارسی در چند سال اخیر توانسته‏اند خود را در سطح‏ جهانی مطرح کنند و این اتفاق عجیبی است‏ که در سطح رسانه‏های اینترنتی در ایران رخ‏ داده است و این پدیده می‏تواند از زوایای‏ مختلف مورد بررسی اندیشمندان علوم‏ ارتباطات ایران قرار گیرد2.

خطر اصلی علیه روزنامه‏های چاپی از جانب‏ روزنامه‏های الکترونیک اینترنتی بروز نمی‏کند -اگرچه الان چنین است-بلکه خطر اصلی‏ مربوط به سایت‏های پرقدرت اینترنتی نظیر یاهو (Yahoo) است،زیرا این سایت‏ها با ایجاد اتصال‏های تخصصی(منابع اطلاع‏رسان‏ تخصصی)خوانندگان روزنامه‏ها را به خود جذب می‏کنند و به این ترتیب،برای روزنامه‏ها دردسرآفرین می‏شوند.وقتی گزارش قاضی‏ کن استار (Ken Starr) در ماجرای کلینتون‏ -لوینسکی در یک فلاپی 119059 واژه‏ای در اینترنت ریخته شد،ظرف 48 ساعت توسط 24/7 میلیون نفر در سراسر جهان خوانده‏ شد؛یعنی چیزی برابر با تیراژ 50 روزنامه‏ آمریکا!در هر صورت مشروعیتی که ترور جان‏ اف کندی و جنگ خلیج فارس به رسانه‏های‏ چاپی دادند،گزارش استار به اینترنت داد.در نشریات اینترنتی اگرچه از کلام بهره گرفته‏ می‏شود،مخاطب می‏تواند به جای خواندن‏ یک مصاحبه،اگر خواست به نوار آن گوش‏ دهد یا به جای خواندن یک گزارش خبری، فیلم آن را نگاه کند.رادیو تلویزیون نیز از تصویر متحرک و صدا و پخش همزمان بهره‏ می‏گیرند اما در این دو رسانه،زمان ارتباط در اختیار مخاطب نیست.مخاطب این رسانه‏ها مانند مخاطب نشریات مکتوب،محکوم به‏ دریافت اطلاعاتی است که دبیران رسانه در اختیار او می‏گذارند.در نشریات اینترنتی‏ زمان ارتباط در اختیار مخاطب است.کارکنان‏ نشریات اینترنتی می‏توانند در خانه‏های خود هم کار کنند.هزینه‏های کمرشکن چاپ، کاغذ،پست و توزیع هم از بودجه نشریات‏ اینترنتی حذف شده است.در روزنامه‏نگاری‏ سایبر تیراژ و مخاطب معنا و مفهومی ندارد. با وجود تعریف‏های ارائه شده چه نوعی از رسانه‏ها را می‏توان در قالب روزنامه‏نگاری‏ سایبر قلمداد کرد؟با جمع‏بندی دیدگاه‏های‏ صاحب‏نظران این رشته می‏توان این اشکال‏ را برای روزنامه‏نگاری سایبر برشمرد؛نسخه‏ اینترنتی روزنامه‏ها،روزنامه‏های اینترنتی، خبرگزاری‏های اینترنتی،روزنت‏ها، وب‏سایت‏های خبری،وبلاگ‏ها وبلاگ‏نیوزها و خبرخوان‏های اینترنتی.

ویژگی‏های سایبر ژورنالیسم

مهم‏ترین ویژگی‏های روزنامه‏نگاری سایبر را می‏توان بدین ترتیب برشمرد:

1-استفاده از مولتی مدیا:یعنی از استفاده‏ از صوت،تصویر،انیمیشن،متن و سرعت‏ به روزرسانی(آن‏لاین بودن و به روزرسانی‏ لحظه‏ای در طول تمام مدت شبانه روز و تمام‏ ایام هفته).

2-توزیع افقی اطلاعات:ارتباطات‏ جمعی از آغاز حالتی یک‏طرفه داشته است. از مدل‏های ارتباطی شانون و ویور تا نظریه‏ گلوله‏های جادویی،همه‏وهمه جریان‏هایی‏ یک‏طرفه بوده‏اند؛حال آنکه در رسانه‏های‏ سایبر،گیرنده یک مشارکت‏گر فعال است‏ که مثل فرستنده در توزیع اطلاعات شرکت‏ دارد.

3-تمرکززدایی:روزنامه‏نگاری سایبر تمرکزگرایی را از بین برده و در تمام مراحل‏ تولید و انتشار،از ویژگی تمرکززدایی بهره‏ می‏برد.

4-قابلیت دسترسی:انواع رسانه‏های‏ سایبر در دسترس همگان قرار داشته و با استفاده از تکنولوژی‏های عمومی اینترنتی و فراگیر،تولید و منتشر می‏شوند.

5-فقدان محدودیت انتشار:برخلاف‏ روزنامه‏های چاپی،این محدودیتی از نظر فضای چاپ و حجم مطلب ندارد.

6-فقدان سلسله مراتب:بسیاری از انواع‏ رسانه‏های آن‏لاین و سایبر فاقد سلسله مراتب‏ مرسوم در روزنامه‏نگاری چاپی بوده و به‏ همین دلیل فرایندهای اداری در آنها بسیار سریع و بدون بوروکراسی است.

7-عدم سانسور:ممیزی،دروازه‏بانی‏ خبر و فیلترینگ در روزنامه‏نگاری سایبر در کمترین شکل خود وجود دارد.

8-داشتن قابلیت تعاملی(با استفاده از امکاناتی نظیر کامنت)

9-تازه و دائمی بودن:متن در روزنامه‏نگاری سایبر هرگز کهنه نمی‏شود.

10-شخصی شدن:روزنامه‏های سایبر حتی می‏توانند برای یک نفر انتشار یابند؛ به این معنی که شما می‏توانید به سایت مورد استفاده روزنامه اینترنتی خود دستور بدهید که چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار داده‏ و چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار ندهد. 11-نزدیک و بی‏واسطه بودن:بین‏ تولیدکننده و مصرف‏کننده(رسانه و مخاطب)هیچ واسطه‏ای وجود ندارد؛چیزی‏ شبیه به ارتباط چهره‏به‏چهره.به عبارت بهتر هردو طرف،همیشه به هم دسترسی دارند و امکان پس‏فرست هم به‏طور لحظه‏به‏لحظه‏ برای طرفین موجود است.

12-آزادی از زمان و مکان:زمان و مکان،هردو در اینترنت نابود شده‏اند.شما به محض تماس با اینترنت در جهان سایبر قرار می‏گیرید.اختلاف ساعت با کشورها برای دسترسی به اطلاعات و همچنین فاصله‏ مکانی شما با این کشورها هیچ مفهومی‏ ندارد.این امر در مورد روزنامه‏های اینترنتی‏ به این معناست که آنها لحظه‏به‏لحظه در معرض دید مخاطب قرار دارند و به عبارت‏ بهتر ساعت انتشار برای آنها-که معمولا برای رسانه‏های نوشتاری پس از چاپ شدن‏ است-هیچ مفهومی ندارد.علاوه بر این، برای رسانه‏های الکترونیک هیچ مشکلی از نظر توزیع هم وجود ندارد؛نه برف،نه باران، نه کمبود وسایل نقلیه زمینی،دریایی و نه‏ مشکل تنظیم ساعت ارسال نشریه با خطوط هوایی،هیچ کدام مطرح نیست.

13-تحریریه آن‏لاین:تعداد خوانندگان

یک روزنامه الکترونیک قابل اندازه‏گیری‏ است.به کمک ابزارهای مدیریت شبکه‏های‏ کامپیوتری،هر شبکه اطلاع‏رسانی این‏ توانایی را دارد که تعداد افراد مراجعه‏کننده‏ به یک پایگاه وب را در طول شبانه روز مشخص کند.به این نکته نیز باید توجه‏ کرد که روزنامه‏های الکترونیک همانند روزنامه‏های چاپی دارای تحریریه،خبرنگار، عکاس،حروفچین،صفحه‏آرا،ویراستار،دبیر سرویس،سردبیر و غیره است اما دانش و مهارت انفورماتیک بسیاری از این افراد،از هم‏سطحان خود در روزنامه‏های چاپی بالاتر است.به عنوان مثال،صفحه‏آرای یک روزنامه‏ الکترونیک باید علاوه بر آشنایی با اصول‏ طراحی صفحات روزنامه،به خصوصیات‏ و نحوه طراحی وب نیز تسلط کامل داشته‏ باشد تا بتواند اصول و روش‏های صفحه‏آرایی‏ خود را در قالب این صفحات بگنجاند.در واقع،افراد شاغل در روزنامه‏های الکترونیک‏ باید تخصص خود در علوم اجتماعی را با فناوری‏های نوین درهم آمیزند.

ضعف روزنامه‏نگاری سایبر

1-عرصه سایبر هنوز تا حدودی فاقد دانش است و بیشتر اطلاعات عرضه می‏کند.

2-رسانه‏های سایبر عمدتا خبر زده‏اند و جنبه تحلیلی آنها قوی نیست.

3-سابقه و مشروعیت رسانه‏های سایبر کمتر از روزنامه‏های مکتوب است.

4-این رسانه‏ها جنبه سرگرم‏کنندگی‏ دارند و جنبه تحقیقی آنها ضعیف‏تر است.

5-مرز شایعه و واقعیت در اینترنت‏ کمرنگ است.

6-این رسانه‏ها فقرا را کاملا طرد و حذف‏ خواهند کرد و آنچه بر اینترنت حاکم است، استفاده جامعه از آن نیست بلکه مکانیزم‏ بازار است.

7-ضریب نفوذ و سرعت اینترنت در ایران‏ پایین است.

8-رسانه‏های سایبر به عنوان ابزار جنگ‏ روانی احزاب یا گروه‏ها یا سرویس‏های‏ خارجی مورد استفاده قرار می‏گیرند.

9-نظارتی از نظر انتشار مطالب کذب، توهین‏آمیز یا غیراخلاقی در این رسانه‏ها وجود ندارد.

10-فقدان حقوق و تکالیف و اهرم‏های‏ حمایتی،تشویقی یا تنبیهی از دیگر مشکلات رسانه‏های الکترونیک است.

خبرنویسی در روزنامه‏نگاری سایبر

برخی صاحب‏نظران ارتباطات معتقدند که‏ در روزنامه‏نگاری سایبر سبک خاصی برای‏ نوشتن وجود ندارد و اینکه تا امروز چیزی‏ به عنوان سبک روزنامه‏نگاری آن‏لاین در جهان تولید نشده است.تعریف خبر در محیط سایبر هیچ تفاوتی با تعریف خبر در محیط کاغذی ندارد.سبک‏های خبرنویسی‏ در روزنامه‏نگاری آن‏لاین هیچ تفاوت قابل‏ ملاحظه‏ای با سبک‏های خبرنویسی در روزنامه‏نگاری کاغذی ندارد.هنوز هم سبک‏ هرم وارونه از جمله مهم‏ترین سبک‏های‏ خبرنویسی است.تیتر زدن،سوتیتر زدن و شرح عکس نوشتن در حوزه سایبر،هیچ کدام‏ با روزنامه‏های چاپی تفاوتی ندارد.اما عده‏ای‏ دیگر معتقدند در این نوع روزنامه‏نگاری باید نکات و ملاحظات خاصی را در نظر گرفت. اینکه برای نوشتن در روزنامه‏های سایبر باید از سبک هرم وارونه یا نرم خبر استفاده‏ کرد،محل مناقشه است.به گفته دکتر یونس‏ شکرخواه،نرم خبر بیشتر در کشورهایی‏ رایج است که فضای ماهواره‏ای زنده و فضای‏ وب قوی دارند.امروز چون روزنامه‏ها در خبررسانی-به خاطر زمان‏های چاپ-به‏ پای ماهواره و وب نمی‏رسند،مجبورند برای‏ رقابت با ماهواره و وب،نرم‏نویسی کرده‏ و تحلیل ارائه کنند.هرم وارونه مربوط به‏ رسانه‏های آن‏لاین است اما جالب است که‏ در ایران خیال می‏کنند در فضای وب باید سافت‏نویسی کنند.

سبک دیگری که اخیر در این زمینه مطرح‏ شده،سبکی موسوم به سبک نوشتاری‏ الماس خبری (news diamond) است.پاول برادشاو (Paul Bradsaw) می‏گوید رسانه‏های نوین از یک‏سو اجازه‏ نشر سریع‏تر خبرها را می‏دهند(تلویزیون و رادیو،بعد موبایل و ای‏میل و حالا موبلاگ‏ها یا همان وبلاگ‏های موبایل پایه)و از سوی‏ دیگر،وب رسانه‏ای کامل برای روزنامه‏نگاری‏ است که به‏طور بالقوه عمیق‏تر و گسترده‏تر از شاهان سابق محتوا و تحلیل(یعنی‏ روزنامه‏ها و مجلات)است.بنابراین او فرایند جدید نوشتن در دنیای آن‏لاین را با تاکید بر 2 عنصر سرعت و عمق به تصویر می‏کشد.

آموزه‏های روزنامه‏نگاری سایبر

رسانه‏های الکترونیک،جذابیت‏ها و ویژگی‏های منحصربه‏فردی دارند که آنها را در رقابت با رسانه‏های سنتی در جایگاه‏ بسیار والایی قرار می‏دهد.بدون شک یکی‏ از مهم‏ترین دستاوردهای تحقق جامعه‏ اطلاعاتی و گسترش استفاده از شبکه‏های‏ اطلاع‏رسانی،به خصوص اینترنت در سطح جهان،به وجود آمدن مفهومی به نام‏ روزنامه‏نگاری سایبر در برابر روزنامه‏نگاری‏ سنتی است.

از ویژگی‏های رسانه‏های الکترونیک‏ می‏توان به موارد زیر اشاره کرد:

1-در روزنامه‏نگاری سایبر می‏توان پس‏ از انتشار خبر در هر زمان و مکان اطلاعات‏ تازه را به آن افزود و میزان انعطاف نیز بسیار بالاست درحالی‏که در روزنامه‏نگاری سنتی‏ پس از چاپ خبر در روزنامه یا پخش آن در بخش‏های خبری رادیو و تلویزیون،امکان‏ تغییر و اصلاح آن وجود ندارد.

در صورتی که اطلاعات بیشتری در مورد خبری حاصل شود،باید تا زمان انتشار شماره جدید روزنامه منتظر ماند؛به بیان‏ دیگر روزنامه‏نگار سایبر در قیدوبند زمان و مکان گرفتار نیامده است.

از سوی دیگر،مخاطب روزنامه‏نگار سایبر محدودیتی ندارد و به عنوان مثال نباید تا زمان انتشار روزنامه یا آغاز اخبار تلویزیون‏ منتظر بماند بلکه تنها کافی است در هر زمان به اینترنت و سایت مورد علاقه‏اش‏ مراجعه کند و از جدیدترین اخبار مطلع‏ شود.نوشته‏ها و دیدگاه‏های روزنامه‏نگاران‏ لحظه‏به‏لحظه در معرض قضاوت و دید وی‏ قرار می‏گیرند و فاصله مکانی با رسانه،دیگر معنایی نخواهد داشت.

2-در روزنامه‏نگاری سایبر واسطه‏ها از بین می‏روند و ارتباط بی‏واسطه بین رسانه‏ و مخاطب ایجاد می‏شود.علاوه بر این، همان‏طور که اطلاعات از سوی روزنامه‏نگار به سمت مخاطب جریان می‏یابد،وی نیز امکان می‏یابد تا اطلاعات موردنظر خود را برای رسانه ارسال کند زیرا روزنامه‏نگاری‏ سایبر خیابانی دوطرفه است.این کار از طریق‏ آدرس‏های پست الکترونیک،سایت،فرم‏های‏ نظرخواهی تعبیه شده در آن،مجامع آن‏لاین‏ و دیگر سیستم‏های مشابه امکان‏پذیر است.

3-استفاده از Hypertext (فرامتن): یکی از بدیع‏ترین ویژگی‏ها و محاسن‏ روزنامه‏نگاری سایبر وجود فرامتن است. احتمالا هنگام گشت‏وگذار در وب‏سایت‏های‏ مختلف و از جمله سایت‏های متنوع‏ اطلاع‏رسانی،با واژه‏هایی روبه‏رو شده‏اید که با کلیک کردن روی آنها صفحه دیگری‏ -که حاوی اطلاعات بیشتری در مورد آن‏ واژه بوده-به نمایش درآمده است؛این‏ همان مفهوم فرامتن است که نشان می‏دهد متون در جهان رسانه‏های سایبر به هم گره‏ خورده‏اند و دسترسی به سوابق و تمامی‏ اسناد مربوط به آنها سادگی ممکن شده‏ است.3

امروزه تمامی سایت‏های خبری معتبر با استفاده از این روش،امکان دسترسی‏ کاربر به جزئیات قبلی مربوط به یک خبر را فراهم می‏آورند.این در حالی است که در روزنامه‏نگاری سنتی برای این کار باید به‏ آرشیو کاغذی روزنامه‏ها مراجعه شود که‏ کاری وقت‏گیر و پرهزینه است.

4-در رسانه‏های سایبر استفاده از متن و عکس-که در رسانه‏های سنتی هم موجود است-متحول شده و علاوه بر این،صدا، موسیقی،ویدئو و...به کمک روزنامه‏نگار می‏آید تا مقصود خود را هرچه بیشتر برای‏ مخاطب توضیح دهد.

شهروندان روزنامه‏نگار

روزنامه‏نگاری شهروندی در حقیقت به‏ معنای ایفای نقش شهروندان در پردازش، گردآوری،تحلیل و انتشار اخبار و اطلاعات‏ است؛البته CITIZEN Journalism نباید با CIVIC Journalism یکسان‏ انگاشته شود.

روزنامه‏نگاری شهروندی سعی کرد به‏ جای یک مصرف‏کننده نهایی کالایی به‏ نام«خبر»،خود تولیدکننده خبر بوده و به‏ مسائلی بپردازد که نیاز واقعی شهروندان‏ باشد.

حوادثی همچون 11 سپتامبر،حوادث‏ تروریستی لندن و توفان سونامی به‏ نقطه عطفی در نحوه گزارش‏دهی از رویدادها تبدیل شدند.مردم با استفاده از فناوری‏های همراه خود مانند دوربین‏ها و موبایل‏های دوربین‏دار که عکس و فیلم‏ می‏گرفتند از یک‏سو و خود به عنوان یک‏ شاهد ماجرا از سوی دیگر،موجی از اخبار به راه انداختند4.

با توصیفات مذکور،این سؤال به قوت‏ خود باقی می‏ماند که چرا روزنامه‏نگاری‏ سایبر هنوز جایی در دانشگاه‏های ایران‏ ندارد؟چرا که دانشکده‏های ارتباطات ما هنوز حتی یک رشته علمی با یک درس در زمینه‏ روزنامه‏نگاری سایبر ندارند؟

پانوشت‏ها

http://www.reporter.ir/ .archives/86/4/005136.phpl

http://www.reporter.ir/ archives/86/4/005138.php

http://yahyaee.com/3/ archives/2006/09/post-47.htm

http://hamshahrionline. ir/News/?id 11787

ژورنالیسم حرفه‏ای

نشریات جدیدی که این روزها از هر گوشه و کنار می‏رویند،ریشه در خاک واحدی دارند و آن«ژورنالیسم‏ حرفه‏ای»است.مشخصه اصلی ژورنالیسم حرفه‏ای آن‏ است که خود را به سخیف‏ترین گرایش‏ها و سلیقه‏های‏ روز فروخته است و روی به ابتذال آورده و برای جلب‏ مشتری دست به همان کارهایی می‏زند که پاتوق‏های کنار خیابانی می‏زنند؛«گزارش‏های داغ،مصاحبه‏های تنوری،دانستنی‏های‏ سرپایی،اطلاعات ساندویچی،تیترهای بودار،جدول‏های خوشمزه، مسابقات هوس‏انگیز...و خلاصه انواع مطالب برای انواع سلیقه‏ها!».

عموم انسان‏ها میان منطق حس و منطق عقل و منطق دین-که‏ مبتی بر فطرت است سرگردان‏اند و این سرگردانی،قلمرو حاکمیت‏ لیبرالیسم است.طبیعت انسان در وهله نخست متمایل است به آب‏ و رنگ و تنوع و نیست‏انگاری و حرفه‏ای‏ها تله خویش را درست در همین‏جا می‏گسترانند و البته فراتر از هر چیز،این مقتضای تمدن غرب‏ است که بشر امروز از هر کار تلقی سودانگارانه و تاجرمآبانه دارد.با این‏ طرز تلقی،کار مطبوعاتی متکی بر بازارسنجی است و روزنامه‏نگاران‏ حرفه‏ای پیش از هر چیز باید از یک شم تجارتی برخوردار باشند.

تز روزنامه‏نگاری حرفه‏ای یا«حرفه‏ای کاری»چنین توصیه می‏کند:«باید حرفه‏ای نوشت،باید در نشریه به همه جریان‏ها به یک اندازه سهم داد،باید همه جریان‏ها را وارد گود کرد تا نشریه تیراژ پیدا کند،به سوددهی برسد و از ورشکستگی نجات پیدا کند.باید از همه کس و همه چیز بنویسید.

کاری به محتوا نداشته باشید.برای یک روزنامه‏نگار نباید بین آمریکا و آفریقای مظلوم،بین صهیونیسم و فلسطین،بین تئاتریست‏های مذهبی‏ و غیرمذهبی،بین شاعران مسلمان و لائیک و...فرقی وجود داشته‏ باشد؛هرچه بتواند فروش داشته باشد و جنجال برپا کند مغتنم است».

تیراژ و سوددهی بزرگ‏ترین معضل نشریات کنونی است و پر روشن است که کمتر صاحب امتیازی می‏تواند در برابر این‏ استدلال حسابگرانه تاب بیاورد و تسلیم نشود.اگر نشریه‏ای‏ خود را فقط در برابر میزان فروش متعهد بداند،بدون تردید کارش‏ به آنجا خواهد کشید که هر تعهدی را جز این نفی کند.

شعار«برخوردباز و آزاد»را ظاهرا ژورنالیست‏های حرفه‏ای‏ می‏دهند اما وقتی خرشان از پل گذشت،دیگر این‏طرفی‏ها را به‏ بازی نمی‏گیرند و حتی مطالب مجله را تا چند شماره آماده نگاه‏ می‏دارند تا در برابر پرسش‏ها نیز جواب داشته باشند.دموکراسی‏ شعار آزادی می‏دهد اما در عمل،با نهان روشی و سیستم‏های کاملا مخفی جاسوسی و شبکه‏های گسترده تبلیغاتی اجازه نمی‏دهد که‏ احد الناسی آزادانه بیندیشد و آزادانه انتخاب کند ولی ما شعار ولایت‏ می‏دهیم و در عمل طوری رفتار می‏کنیم که آنها شعارش را می‏دهند.